

PERANCANGAN AUDIO IKLAN SEBAGAI MEDIA PERIKLANAN DI NUANSA RADIO 104.2 FM CIREBON

TUGAS AKHIR

Disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Program Strata 1,
Di Program Studi Teknik Informatika, Universitas Pasundan Bandung

oleh :

Adi Azis
NRP : 16.304.0079



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG
Juni 2021**

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN TUGAS AKHIR

Telah diujikan dan dipertahankan dalam Sidang Sarjana Program Studi Teknik Informatika Universitas Pasundan Bandung, pada hari dan tanggal sidang sesuai berita acara sidang, tugas akhir dari:

Nama : Adi Azis
Nrp : 16.304.0079

Dengan judul :

**“PERANCANGAN AUDIO IKLAN SEBAGAI MEDIA PERIKLANAN DI NUANSA
RADIO 104.2 FM CIREBON”**

Bandung, 03 Juni 2021

Menyetujui,

Pembimbing Utama

(Erik, S.T, M.Kom)

ABSTRAK

Perancangan Audio Iklan Sebagai Media Periklanan Di Nuansa Radio 104.2 FM Cirebon” Radio merupakan media komunikasi masa yang dapat menjangkau masyarakat luas namun terbatas. Radio memiliki sifat unik karena radio menyajikan produksi secara audio saja. Radio juga dapat dinikmati oleh semua kalangan remaja termasuk kalangan buta huruf. Radio menjadi sarana informasi dan edukasi bagi masyarakat melalui berbagai berita yang disampaikan. Sebagai sarana hiburan, radio menyajikan program musik, drama, infotainment dan program hiburan lain. Radio salah satu stasiun radio yang ada di kota Cirebon yaitu Nuansa Radio 104.2 FM Cirebon.

Tujuan tugas akhir ini adalah untuk menjawab dua pertanyaan utama yaitu : (1) Untuk merancang audio iklan sebagai media periklanan pada nuansa radio. (2) Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pada tahapan pembuatan audio iklan sebagai media periklanan. Untuk mencapai tujuan itu , maka penelitian tugas akhir menggunakan teknik pengumpulan data berupa: observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian dimulai dengan melakukan langkah pertama yaitu mengidentifikasi masalah, kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data, dan terakhir adalah kesimpulan dan saran.

Kata kunci :Perancangan Audio Iklan.



ABSTRACT

Designing Audio Advertising as Advertising Media in Radio Nuances 104.2 FM Cirebon
"Radio is a mass communication medium that can reach a broad but limited community. Radio has a unique characteristic because it provides audio only production. Radio can also be enjoyed by all youth, including those who are illiterate. Radio is a means of information and education for the public through various news that is delivered. As a means of entertainment, radio provides music programs, dramas, entertainment and other entertainment programs. The radio one of the radio stations in the city of Cirebon is Naunsa Radio 104.2 FM Cirebon.

The purpose of this final project is to answer two main questions, namely: (1) To design audio advertising as an advertising medium in radio nuances. (2) To find out what factors influence the stage of making audio advertising as an advertising medium. To achieve that goal, the final project research uses data collection techniques in the form of: observation, interviews, and documentation.

The research begins with taking the first step, namely identifying the problem, then continues with data collection, and finally conclusions and suggestions.

Keywords: Audio Ad Design.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR ISTILAH	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR SIMBOL.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Tujuan Tugas Akhir	1-2
1.4 Lingkup Tugas Akhir	1-2
1.5 Metodologi Tugas Akhir	1-1
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	1-3
BAB 2 LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU	2-1
2.1 Teori yang digunakan.....	2-1
2.1.1 Konsep Mengenai Siaran Radio.....	2-1
2.1.2 Metodologi MDLC.....	2-1
2.1.3 Kelebihan dan Kelemahan MDLC.....	2-2
2.1.4 Pengertian Adobe Audition.....	2-2
2.1.5 Perancangan Audio Iklan	2-2
2.1.6 Proses Produksi Iklan.....	2-3
2.1.7 Pengertian Perancangan	2-1
2.1.8 Proses Perancangan Secara Umum	2-1

2.1.9 Pengertian Iklan	2-1
2.1.10 Media Periklanan	2-1
2.1.11 Tujuan Iklan	2-1
2.1.12 Keunggulan dan Kelemahan Iklan	2-1
2.1.13 Konsep Perancangan	2-2
2.1.14 Storyline	2-2
2.1.15 Analisis Kebutuhan	2-3
2.1.16 Kebutuhan Perangkat Lunak dan Perangkat Keras	2-3
2.2 Penelitian Terdahulu	2-1
BAB 3 SKEMA PENELITIAN	3-2
3.1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir.....	3-2
3.2 Perumusan Masalah.....	3-1
3.2.1 Analisis Masalah	3-1
3.2.2 Fishbone Masalah	3-1
3.3 Objek Penelitian dan Kerangka Pemikiran Teoritis	3-2
3.3.1 Skema Analisis Teori	3-3
3.3.2 Konsep Operasional	3-1
3.3.3 Jenis-Jenis Iklan Radio.....	3-1
3.4 Profil Tempat Penelitian Tugas Akhir.....	3-2
3.4.1 Tempat Penelitian Tugas Akhir.....	3-2
3.4.2 Sejarah Singkat	3-1
3.4.3 Struktur Organisasi.....	3-1
3.4.4 Visi dan Misi	3-2
BAB 4 PERANCANGAN AUDIO IKLAN	4-1
4.1 Proses Perancangan Audio	4-1
4.1.1 Tahap Perancangan Audio	4-1
4.1.2 Analisis Teori Dasar.....	4-1
4.1.3 Analisis Tools Pendukung.....	3-1
4.1.4 Spesifikasi Audio	3-1

4.1.5 Recording.....	3-2
4.2 Flowchart.....	4-3
4.3 Naskah Iklan.....	4-5
4.3.1 Iklan : Clandys And baby blurry.....	4-5
4.3.2 Iklan : Nasi Ayam Hai Nan.....	4-6
4.3.3 Iklan : Patra Hotel Cirebon	4-7
4.3.4 Iklan : Clothing baju.....	4-8
4.3.5 Iklan : Transtudio Bandung.....	4-9
BAB 5 KESIMPULAN.....	5-1
5.1 Kesimpulan	5-1
5.2 Saran.....	5-1
5.3 Rekomendasi	5-1
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

BAB 1

PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab awal dalam penelitian laporan tugas akhir, penulis membuat latar belakang permasalahan tugas akhir, identifikasi masalah, tujuan tugas akhir, lingkup tugas akhir, metodologi tugas akhir dan sistematika penelitian tugas akhir.

1.1 Latar Belakang

Radio merupakan media komunikasi yang dapat menjangkau masyarakat luas namun terbatas. Sifatnya yang unik menjadikan radio selalu diminati masyarakat. Radio memiliki sifat unik karena radio menyajikan produksinya secara audio saja. Tidak seperti media cetak yang membutuhkan kemampuan membaca, radio dapat dinikmati oleh semua kalangan termasuk kalangan buta huruf. Hal ini membuat radio memiliki kedekatan di hati para pendengarnya sehingga radio bersifat personal karena kita dapat mendengarkannya sendirian.

Radio menjadi sarana informasi dan edukasi bagi masyarakat melalui berbagai berita yang disampaikan. Sebagai sarana hiburan, radio menyajikan program musik, drama, infotainment dan program hiburan lain.

Radio memanjakan pendengarnya dengan memberikan variasi dalam program hiburan memberikan pilihan pada pendengar dan meningkatkan persaingan antara satu radio dengan radio lain.

Banyaknya iklan yang harus diproduksi pada radio ini, menuntut pembuatan audio iklan yang kreatif dan menarik. Audio iklan harus dirancang secara baik dengan menggali segala sesuatu dibalik fakta dan menyusunnya menjadi gagasan kreatif agar efektif dan efisien.

Dari hasil observasi dan proses wawancara dengan pihak radio, didapatkan informasi bahwa aplikasi yang digunakan saat ini untuk mengedit audio iklan kurang efektif dan efisien dikarenakan ada efek yang tidak berfungsi.

Pada proses perancangan audio iklan ini menggunakan aplikasi *Adobe Audition* untuk melakukan pengeditan atau perekaman suara agar proses *editing* audio tersebut bisa lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan uraian-uraian diatas maka penulis bermaksud untuk mengangkat permasalahan tersebut sebagai bahan penelitian mengenai perancangan audio iklan di nuansa radio 104.2 FM Cirebon. Aplikasi yang digunakan dalam perancangan audio iklan ini yaitu aplikasi Adobe Audition. Adapun judul yang penulis ajukan yaitu “ Perancangan Audio Iklan Sebagai Media Periklanan di Nuansa Radio 104.2 FM Cirebon”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah diantaranya :

1. Bagaimana cara merancang audio iklan sebagai media periklanan pada nuansa radio 104.2 Fm Cirebon?
2. Faktor-Faktor apa saja yang mempengaruhi pada tahapan pembuatan audio iklan sebagai media periklanan?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan dari tugas akhir ini terdiri dari beberapa poin sebagai berikut ini:

1. Membuat perancangan audio iklan untuk meningkatkan periklanan pada nuansa radio 104.2 Fm Cirebon.
2. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pada tahapan perancangan audio iklan sebagai media periklanan.

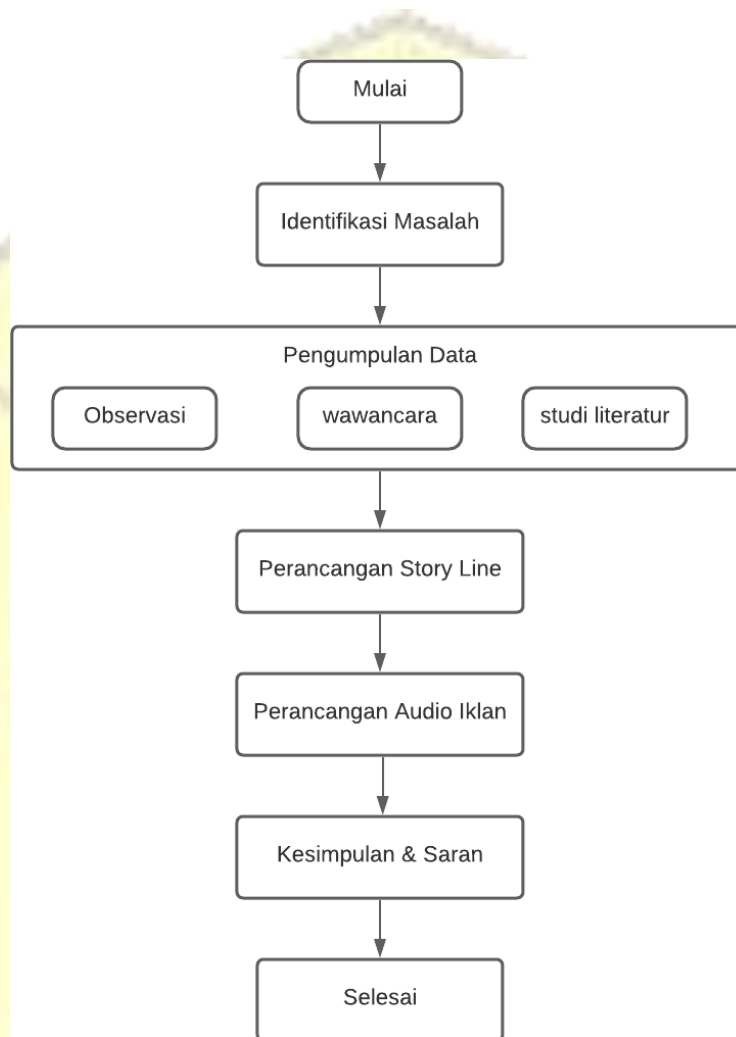
1.4 Lingkup Tugas Akhir

Berikut ini ada beberapa lingkup tugas akhir yang disusun sebagai berikut:

- a). Membuat Perancangan Audio Iklan, agar iklan yang dibuat lebih efektif dan efisien
- b). Penelitian dibatasi/untuk menghasilkan perancangan Audio Iklan berupa kesimpulan dan saran serta rekomendasi sebagai usulan bagi pihak radio.
- c). Perancangan dilakukan berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi.

1.5 Metodologi Tugas Akhir

Adapun metodologi tugas akhir terdiri dari sejumlah langkah yang digunakan dalam menyusun proposal tugas akhir ini dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini :



Gambar 1. 1 Metodologi Penyelesaian Tugas Akhir

Berikut merupakan rincian dari Metodologi Tugas Akhir yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini dilakukan pengidentifikasi masalah yang terjadi di organisasi, serta solusi sementara yang akan diusulkan untuk mengatasi masalah tersebut.

2. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang didapat dari organisasi tempat penelitian untuk menunjang tahap analisis serta pengolahan data. Tahap pengumpulan data terdiri dari :

a. Studi Literatur

Pengumpulan data dengan mengumpulkan sumber-sumber tertulis atau referensi teori yang relevan dengan permasalahan yang ditemukan. Referensi ini dapat dicari dari buku, jurnal, artikel, laporan penelitian, dan situs-situs di internet.

b. Observasi

Pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap sistem yang sedang berjalan secara relevan di organisasi tempat penelitian.

c. Wawancara

Pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pembimbing lapangan agar dapat informasi yang lebih spesifik dalam pembuatan audio iklan di nuansa radio.

3. Perancangan *Storyline*

Pada tahap ini dilakukan perancangan model *Storyline* yang bisa diterapkan dalam sistem informasi akademik dengan mengacu pada aspek yang telah ditentukan pada tahap sebelumnya (tahap analisis), serta akan menghasilkan urutan yang harus dilakukan dalam mengelola *Storyline* pada sistem informasi akademik.

4. Perancangan Audio Iklan

Pada tahapan perancangan audio iklan ini menyusun audio iklan yang unik dan menarik dengan menggunakan aplikasi yang cukup umum digunakan dalam proses editing audio yaitu aplikasi *Adobe Audition CS6*, agar dapat menampilkan *sound effect*, suara dan music agar iklan yang di buat dapat sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga dengan menggunakan aplikasi *Adobe Audition* ini dapat membantu produksi periklanan di Nuansa Radio 104.2 FM Cirebon.

5. Kesimpulan & Saran

Pada tahap ini akan dilakukan penyimpulan dari penelitian yang telah dilakukan terkait dengan masalah yang sudah diidentifikasi, serta saran sebagai prospek penelitian selanjutnya

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Laporan Tugas Akhir dibuat untuk mendokumentasikan pengerjaan tugas akhir. Maka dari itu, diusulkan sistematika penulisan yang menjelaskan mengenai bab-bab pada proposal tugas akhir ini beserta isinya secara rinci, serta keterkaitan antara bab sebelum dan sesudahnya. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

Bab 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan umum mengenai usulan penelitian yang dilakukan dalam pengerjaan tugas akhir. Di dalamnya berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan tugas akhir, lingkup tugas akhir, metodologi pengerjaan tugas akhir, dan sistematika penulisan proposal tugas akhir.

Bab 2 : LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU

Bab ini berisi definisi-definisi, teori-teori, serta konsep-konsep dasar yang diperlukan untuk menganalisa situasi yang diteliti. Di dalam bab ini dikemukakan hasil-hasil penelitian yang termaktub di buku-buku teks ataupun makalah-makalah di jurnal-jurnal ilmiah yang terkait yang relevan sebagai referensi pengerjaan tugas akhir ini.

Bab 3 : SKEMA PENELITIAN

Bab berisi hasil-hasil penelitian yang ada di buku teks ataupun makalah-makalah yang di jurnal ilmiah yang relevan sebagai referensi pengerjaan tugas akhir.

Bab 4 : PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisi mengenai pengumpulan dan pengolahan data perancangan audio iklan yang penulis lakukan sehingga dapat dihasilkan data hasil perancangan audio iklan berdasarkan konsep yang digunakan.

Bab 5 : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan, saran serta rekomendasi dari hasil penelitian dan analisis yang dilakukan oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- [FIR19] FIRMANSYAH. (2019). STRATEGI PRODUKSI SIARAN DALAM MENGHADAPI. *Penyiar Eldity, wawancara, catatan lapangan, 10 Agustus 2018.*
- [SAR17] Sari, D. F. (2017). Proses Produksi Iklan Radio di LPP Radio Republik Indonesia Palu. *KANAL (JURNAL ILMU KOMUNIKASI)*, 6 (1), September 2017.
- [NOV16] Novianti, R. (2016). Penyiar Eldity, wawancara, catatan lapangan, 10 Agustus 2018.
- [NAW16] Nawas, Abu. 2016. "Periklanan". (<https://iklanizer.com/2013/04/fungsi-dan-tujuan-periklanan.html?m=1>, diakses)
- [DHA15] Dharwiyanti. 2015. Pengantar Unified Modeling Language "http://harustudy.mdl2.com/pluginfile.php/44/course/summary/yanti"
- [SUS18] Susanti, Despi. 2018. "Pengertian MDLC".
- [WAH16] Wahyu, Desi, Karetika, Sari. 2016. "PERANCANGAN MEDIA IKLAN SEBAGAI PENUNJANG INFORMASI DAN PROMOSI PADA HOTEL SITAMIANG 2 DI BOGOR".
- [MOR17] Morissan. (MA 2017). Manajemen Media Penyiaran "Strategi Mengelola Radio dan Tv", Prenada Media Group, *Fungsi dan Tujuan*. Bandung.
- [RAC11] Rachmadyanti, Andini. 2011. "Proses Pelaksanaan Strategi Kreatif Dalam Pembuatan Iklan di Bis Production".
- [ROZ17] Rozie, Fakhur, Rizki, Dimaz. 2017. "Perancangan Iklan Holder Apparel Melalui Media Audio Visual".
- [SAP13] Saputra, Adi. 2013. "Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Kesejahteraan Kucing Liar Dalam Audio Visual".
- [KET18] Ketutrare, 2018. "Perbandingan Kelebihan dan Kekurangan Metode Pengembangan Perangkat Lunak".
- [MUS11] Mustofa, Rifanur, 2011. "Analisis Produksi Iklan di Radio Alai Kasalam Jakarta".
- [ARY10] Aryanti, Rosena, Widya, 2010. "Proses Produksi Iklan di Radio Karavan FM Surakarta".
- [ALM02] Alma, Buchari, 2002. "http://eprints.ums.ac.id/20627/2/3._BAB_1.pdf".
- [RIC09] Richards, 2009. "Teori Media Periklanan".